



“ 건설사별로 아파트 디자인과 관련된 모든 요소를 표준화한 디자인 지침서인 아파트 디자인 메뉴얼은 건설사별로 차별화된 아파트에 사는 입주민으로서의 자부심과 부가가치를 가장 손쉽게 인식시키는 효과적인 아이템으로 평가받고 있다. ”

모든 요소를 표준화한 디자인 지침서다. 따라서 디자인 매뉴얼을 통해서 '래미안' 'e-편한세상' 등 건설업체별 고유 브랜드로 불리는 모든 아파트는 동일한 디자인과 품질 수준을 유지할 수 있게 된다.

아파트 외관 전체에 대해 디자인 등록을 마친 대림 e-편한세상이나, 단지 주 출입구 디자인을 특허상품으로 개발한 롯데캐슬, 옥탑의 디자인을 개발한 동부센트레빌 등 디자인을 차별화시키기 위해 대형 건설사 간의 경쟁이 치열해지는 양상이다.

삼성물산은 지난 4월 래미안 아파트의 외관 차별화를 위해 '래미안 색채 디자인 매뉴얼'을 개발, 발표했다. 래미안 색채 디자인 매뉴얼은 초록·빨강·회색의 3색을 아파트 외관에 적용해 멀리서도 래미안 아파트라는 식별이 가능토록 한 것이다. 이에 따라 래미안만의 통일성을 가지게 돼 간판 없이 색상만으로도 래미안을 인식할 수 있다는 게 삼성물산 주택설계팀 관계자의 설명이다. 삼성물산은 이 디자인 매뉴얼을 기존 래미안 아파트의 보수와 단장에도 적용해 래미안 단지 모두를 새옷으로 갈아입힌다는 계획이다.

대림산업도 지난 4월 '2007년형 토털 디자인 매뉴얼 개정판'을 발간했다. 디자인 매뉴얼은 단지 내 조정에서부터 지붕, 외벽, 주동 출입구, 주차장, 상가, 경비실, 자전거 보관대, 쓰레기통, 집수정 뚝개에 이르기까지 아파트 단지의 전체 디자인에 대한 총괄적인 기준을 제시해준다. 토털 디자인에는 두 가지 목표가 있다. 좋은 디자인을 실현하여 e-편한세상의 브랜드 아이덴티티 구축과 입주자의 니즈를 반영한 디자인을 제안해 현장에서 고품질의 상품을 생산할 수 있도록 하는 것이다. 기존에는 프로젝트별로 각각의 디자인을 차별화해서 개발했지만, 토털 디자인 매뉴얼에서는 e-편한세상 아파트만의 디자인을 제시함으로써 디자인 개발에 따른 추가비용을 절감할 수 있다. 더군다나 토털 디자인 매뉴얼을 업그레이드한 개정판은 시공을 통해서 검증받은 내용이라는 점에서 시공상의 하자발생 가능성을 낮출 수 있다는 평가를 받고 있다. 상품개발부 이계훈 부장은 "토털 디자인 매뉴얼은 e-편한세상의 컨셉트와 디자인 원리가 자세히 표현돼 있어 자동차나 첨단 전자제품의 설계도 같은 기능을 하고 있다"며 "앞으로 아파트 디자인의 표준화는 브랜드 이미지를 규정하는 가장 중요한 특성이 될 것"이라고 밝혔다.

이처럼 디자인 매뉴얼은 아파트 브랜드를 널리 알리기 위한 건설사들의 마케팅 전략과 병행하여 입주민들에게 제공된 또 하나의 프리미엄급 상품이라 할 수 있다. 이는 건설사별로 차별화된 아파트에 사는 입주민으로서의 자부심과 부가가치를 가장 손쉽게 인식시키는 효과적인 아이템으로 평가받고 있다. ☺

